



Les Rencontres Nationales des SCoT 2018 et la Recherche-Action lancée en 2017 par la Fédération des SCoT s'inscrivent dans un contexte médiatique, juridique et institutionnel intense. Le travail engagé vise principalement 3 objectifs : Décrypter le

« traitement » de l'urbanisme commercial dans les SCoT ; Revisiter les enjeux de l'urbanisme commercial aujourd'hui et demain ; Identifier les conditions d'un dialogue entre SCoT et acteurs commerciaux.

Le commerce lui-même fait face à des mutations importantes : développement du e-commerce, modèles économiques et positions de marché chahutés, mutations sociétales et des comportements d'achat. Ces mutations auront des conséquences sur l'aménagement du territoire que nous devons anticiper collectivement.

Un des enjeux pour les élus des SCoT est de décrypter la multiplicité des acteurs commerciaux (des grandes foncières immobilières qui décident des implantations de centres commerciaux, aux enseignes et aux associations de commerçants de centre-ville qui œuvrent à « l'animation urbaine » chère aux CDAC) pour mieux dialoguer tout au long de l'élaboration du document et lors de l'émergence de projets commerciaux.

Il s'agira également de clarifier les points de divergences et les points d'articulation entre les « planificateurs » et les « promoteurs » de l'urbanisme commercial, en dépassant la seule question du grand commerce périphérique et en prenant en compte la diversité des problématiques territoriales.

Nous avons voulu aussi dans ce numéro spécial de Planète SCoT, à travers une note d'enjeu, poser les "termes du débats" que nous ne manquerons pas d'avoir lors des différentes tables rondes des Rencontres nationales des SCoT les 14 et 15 juin 2018 à Amiens.

Les SCoT ont un rendez vous évident avec la question commerciale pour mieux comprendre les dynamiques en cours, construire une véritable politique d'aménagement commerciale. Les SCoT sont à la bonne échelle, disposent des outils nécessaires pour une intervention efficace, et sont le lieu de la mise en cohérence des politiques publiques dont un certains nombre interagissent directement avec la question commerciale : la mobilité, la localisation des équipements et des services publiques, l'habitat. Vous trouverez dans cette note d'enjeu ce que les SCoT font aujourd'hui et des propositions pour aller plus loin demain.

Alors bonne lecture et surtout bon débat !

Michel HEINRICH,

Président de la FédéSCoT

SOMMAIRE

Introduction	1
Les SCoT seront le lieu du débat informé	4
Les SCoT étendront le domaine de la planification	8
Les SCoT affirmeront leur rôle régulateur	12
Adapter le SCoT au commerce de demain : une action publique locale renouvelée	15
Le commerce : banc d'essai d'un nouveau type de SCoT	17

Fédération nationale des SCoT
22 rue Joubert 75009 PARIS - 01 40 41 84 10

Directeur de la publication : Michel Heinrich, Président
Responsable de la rédaction : Stella Gass, Directrice
Responsable de l'édition : Cécile Gondard, Chargée de mission

Imprimerie : Lecaux

Dépôt légal : en cours / ISSN : en cours d'attribution

Date de parution : juin 2018



L'étude SCoT et Commerce, objet de ce numéro, a été conduite et financée en partenariat avec le Ministère de la Cohésion des Territoires.

INTRODUCTION

A n'en pas douter la question commerciale sera centrale pour les SCoT au cours de la décennie à venir, davantage encore qu'aujourd'hui, pour différentes raisons.

Un malaise dans la centralité

Il y a une inquiétude majeure pour le devenir des centralités. Le « malaise » des villes petites et moyenne n'est bien sûr pas généralisé : la littérature qui se penche sur le devenir de ces territoires montre la diversité des trajectoires. Toutefois, presque tous les centres historiques des villes « non-métropolitaines » sont marqués par un affaissement des fonctions commerciales et parfois résidentielles.

Cela vient bousculer la représentation culturelle dominante de ce qui fait la ville. Parce que l'animation commerciale a historiquement été un des éléments de l'attractivité des centres, l'urbanisme commercial va être interpellé. Cela ne signifie pas que le commerce soit systématiquement la solution unique pour revitaliser les centres. Toutefois, la question commerciale sera toujours débattue et les SCoT se doivent d'être à ce rendez-vous.

Le commerce, un des « testeurs » majeurs de la plus-value des SCoT

Dans ce contexte, la question commerciale sera un des « testeurs » majeurs de la plus-value apportée par la planète SCoT à l'action publique locale au cours de la prochaine décennie.

Cette plus-value pourra s'analyser « en interne » (comment les SCoT vont-ils demain être en capacité de formuler une planification territoriale audacieuse du commerce ?) et « en externe » (comment les SCoT pourront-

ils impulser, accompagner ou encore modifier l'agencement de l'action publique locale en matière commerciale ?).

Une obligation d'innover

Pour être au rendez-vous, les SCoT ne pourront pas agir demain comme ils le font aujourd'hui. Rien ne serait pire, d'une certaine manière, que d'utiliser demain pleinement les outils actuels de l'urbanisme commercial, sans s'interroger sur leur adaptation nécessaire au regard des mutations du commerce.

Les outils actuels de l'urbanisme commercial sont en grande partie les héritiers de la loi fondatrice de 1973, dite « loi Royer ». Cette loi instaure un critère de taille pour soumettre les projets d'établissements commerciaux à une autorisation spécifique d'exploitation. Ces principes ont principalement été conçus pour organiser le développement des grandes surfaces.

Les SCoT, en s'appuyant sur les outils dont ils disposent – données d'observation disponibles, DAC / DACOM, les périmètres de ZACOM, débat en CDAC, ... - saisissent avant tout le sujet par les mètres carrés et la question foncière. La tension principale s'énonce ainsi : « où faut-il interdire ? » et « où peut-on autoriser ? ». Du fait de l'émergence du numérique, de la démultiplication et l'accélération des flux, des évolutions des modes de consommation, de la transformation des lieux du commerce, de la déterritorialisation de nombreux acteurs commerciaux, ... d'autres enjeux échappent au cadre actuel de l'urbanisme commercial.

Une révolution commerciale ... où le jeu reste ouvert

Beaucoup d'observateurs décrivent la période actuelle comme la troisième révolution du commerce en deux siècles.

La première se déroule à partir du milieu du XIXe siècle avec l'apparition des grands magasins.

La deuxième émerge à partir des années 1960. Le développement de l'automobile et le déploiement d'une vaste classe moyenne accompagnent alors l'émergence des grandes surfaces. Depuis le début des années 2000, le numérique transforme profondément les pratiques. Mais tout n'est pas encore écrit ni stabilisé. Comment va être organisée la logistique nécessaire au commerce en ligne ? Si le numérique permet de déconnecter les trois fonctions autrefois dévolues aux boutiques, à savoir la présentation du produit, la transaction et la livraison de la marchandise, quels sont les besoins en locaux pour assurer demain ces trois fonctions potentiellement disjointes ?

Les planificateurs ont un rôle évident à jouer dans ce processus car l'organisation du commerce devra, demain comme aujourd'hui, répondre aux aspirations collectives en termes d'organisation de la vie quotidienne, de partage de l'espace public, d'animation des lieux, etc. Les territoires seront donc des acteurs de cette nouvelle révolution commerciale.

INTRODUCTION

Méthode et leviers d'action

Cette note s'inscrit dans le cadre de la recherche-action lancée par la Fédération des SCoT en 2017 et qui a mobilisé, pendant un an, Pascal Madry de l'Institut pour la Ville et le Commerce, Xavier Desjardins et Manon Loisel de la Coopérative Conseil ACADIE, les SCoT et de nombreux acteurs du commerce.

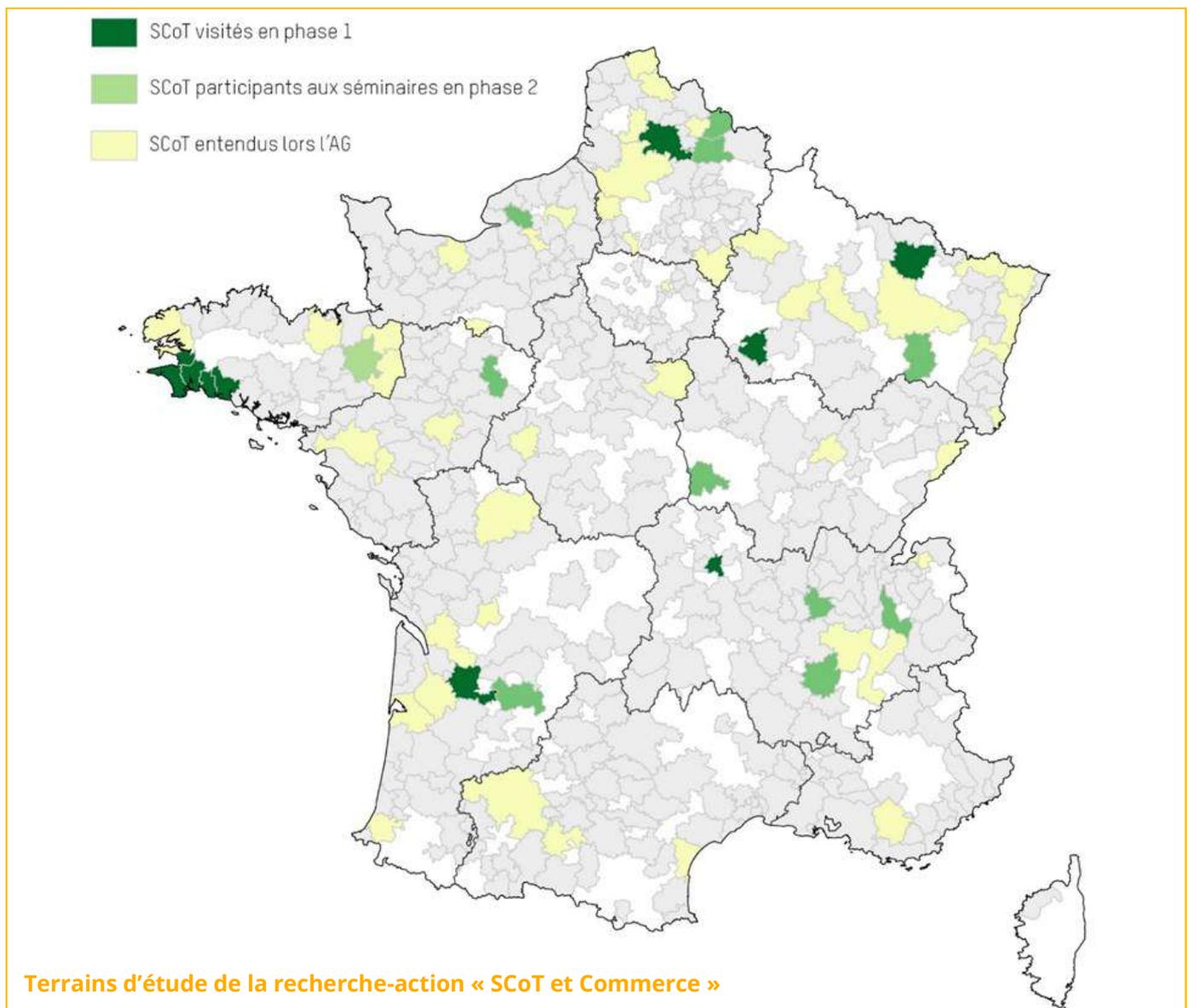
La recherche action

La première phase a mobilisé :

- L'analyse d'un questionnaire produit et diffusé par la Fédération Nationale des SCoT auquel 170 SCoT ont répondu
- Un traitement statistique et une analyse géographique à l'échelle nationale

- Un état des lieux des outils de la régulation commerciale
- Une comparaison européenne des régimes d'urbanisme commercial
- Six terrains d'enquête qualitative
- L'analyse de pratiques inspirantes

La seconde phase a consisté à creuser les « questions vives » posées par l'analyse des trajectoires commerciales





des territoires. Pour cela, nous avons organisé trois rencontres à l'Institut pour la Ville et le Commerce, entre acteurs privés (promoteurs, foncières, investisseurs, enseignes, spécialistes de la logistique urbaine) et des acteurs des SCoT afin de réfléchir collectivement aux enjeux de demain et à des pistes d'actions ou de positionnement pour l'action publique territoriale.

Cette recherche rassemble :

- une réflexion sur les outils à disposition des SCoT
- une lecture prospective des dynamiques commerciales
- des propositions pour une refondation

Cette note d'enjeux n'est pas :

- une évaluation exhaustive
- un rapport sur l'urbanisme commercial
- le rendu final de l'étude. Celui-ci se nourrira notamment des échanges des Rencontres Nationales d'Amiens

Les quatre leviers des SCoT pour agir

Disons-le tout net : le volet commercial des SCoT est loin d'être un des plus faciles à écrire ... Pourquoi ?

Les échanges avec de nombreux SCoT au cours de la recherche-action ont permis d'identifier les principales difficultés pour construire une vision stratégique partagée :

- **Le commerce n'a pas toujours été un thème prioritaire.** Les SCoT ont de très nombreux volets thématiques, dont le commerce n'a pas toujours été un sujet majeur, avant ces dernières années. Les SCoT de la première décennie de ce siècle ont été très tournés thématiquement vers le enjeu de maîtrise de l'étalement urbain (qui a, bien sûr, un volet commercial, mais ne permet pas d'aborder toute la question commerciale). Depuis peu, **le développement des friches**, conséquence du commerce **numérique** comme de la production importante d'immobilier commercial, ou encore les difficultés de revitalisation rencontrées par certains centres villes, **fait remonter la question commerciale**

parmi les préoccupations locales fortes ;

- **Les concurrences territoriales en matière commerciale ont toujours été vives, même si elles s'atténuent avec l'émergence de grandes intercommunalités.** Elles le sont à l'intérieur des SCoT, mais aussi avec les SCoT voisins. Se montrer trop limitatif en « interne » ne peut-il pas entraîner un report vers les périphéries du SCoT des grands projets commerciaux ? Ne risque-t-on pas de passer à côté d'opportunités de développement alors que le chômage reste très élevé dans certains territoires ?
- Il peut y avoir une **divergence entre les exigences** propres à l'urbanisme opérationnel, notamment pour **le renouvellement des zones commerciales** périphériques (qui passent souvent, pour s'assurer de leur financement par une augmentation des surfaces commerciales) et **la volonté plus globale de réguler l'appareil commercial du territoire.**

L'enquête a permis de révéler les nombreuses capacités d'action des SCoT. Pour chacune d'entre elles, nous proposons de présenter les acquis puis de montrer les pistes pour aller plus loin et dépasser les difficultés actuelles.

Nous en avons distingué quatre :

1. **L'organisation d'un débat informé**
2. **La production d'une vision du commerce de demain**
3. **L'affirmation de leur rôle régulateur**
4. **La convergence des politiques publiques pour une action publique locale renouvelée**



LES SCOT SERONT LE LIEU DU DÉBAT INFORMÉ

Ce que font les SCoT aujourd'hui

Observation et compréhension

Le SCoT est l'un des outils qui permet d'observer les impacts territoriaux du commerce et ses évolutions. En appui sur les bureaux d'études spécialisés, mais aussi sur les chambres consulaires (chambres de commerce et d'industrie et chambres des métiers et de l'artisanat notamment) ainsi que sur les agences d'urbanisme, certains SCoT développent de véritables observatoires commerciaux.

D'après le questionnaire diffusé par la FédéSCoT, l'entrée privilégiée par les SCoT pour établir le diagnostic est celle **des surfaces commerciales**. Ces données mobilisées sur les m² commerciaux renseignent essentiellement sur la localisation des polarités commerciales, le recensement des commerces par familles de produits et l'évolution des surfaces commerciales. Au-delà cette entrée, certains SCoT commencent à explorer de nouvelles bases de données, intéressantes pour comprendre les dynamiques commerciales, notamment des enquêtes sur les déplacements pour achat.

Participation aux CDAC

Les autorisations d'exploitation commerciale sont délivrées par des commissions départementales d'aménagement commercial (CDAC). Leur collège a évolué dans le temps, notamment pour donner une place plus importante à des élus représentants **des intérêts non strictement « communaux »**.

Les SCoT ont un siège au sein des CDAC. Ils ont une responsabilité importante dans le processus décisionnel. Cette participation engendre un travail technique et politique important.

Dans le SCoT de Vichy par exemple, des notes techniques sont produites de façon systématique sur tous les projets présentés en CDAC. Cet exercice technique pédagogique permet de faire monter les acteurs locaux en compétence.

Dans le SCoT de l'Agglomération Lyonnaise, un bulletin de veille sur l'urbanisme commercial dresse le suivi des CDAC à l'échelle de l'InterSCoT et cartographie régulièrement tous les projets autorisés. Reste que les délais des CDAC sont parfois inadaptés au temps de décisions des collectivités.

Organisation du dialogue avec les acteurs privés

Dans le cadre de la mise en œuvre, la grande majorité des SCoT interrogés via le questionnaire déclarent associer principalement les territoires voisins ainsi que les chambres consulaires. L'association avec les acteurs privés reste rare, elle concerne **moins d'un SCoT sur sept**.

Certains SCoT vont plus loin, et associent de façon rapprochée des acteurs privés (promoteurs, investisseurs, distributeurs, commerçants) dans le cadre de « conférences permanentes du commerce » comme dans le Pays de Brest, dans le SCoT de Lille Métropole ou à Arras.

L'enquête ménages - commerces

InterSCoT Terres du Nord (SCoT du Grand Douaisis, SCoT Lens-Liévin-Hénin-Carvin, SCoT de l'Artois, SCoT de la Région d'Arras)



Citoyens



SCoT



Bureau d'études

En 2015, l'interSCoT a lancé une vaste étude « Enquête ménages - commerces » avec le cabinet Cibles & Stratégies. Sur le principe des enquêtes ménages - déplacements, il s'appuie sur 24 000 sondages, effectués pendant 8 mois, sur un échantillon de plus de 5500 ménages. Ce sondage vise à mieux connaître le niveau de satisfaction des ménages, leurs pratiques commerciales ou encore les motifs de fréquentation de certains lieux. « L'approche par les flux entrants » permet de s'intéresser aux interactions avec les territoires voisins de l'interSCoT. Cette approche par les flux, combinée à une analyse des dépenses des ménages par grandes familles de produits, a fait émerger des spécialisations fonctionnelles. Enfin, l'étude commanditée par l'interSCoT a également étudié la part de consommation faite sur internet et le nombre de magasins pourvus en drive, anticipant ainsi une transformation importante et ses impacts sur les commerces physiques.

L'observation de la vacance de périphérie

SCoT de la Région Troyenne



Promoteurs

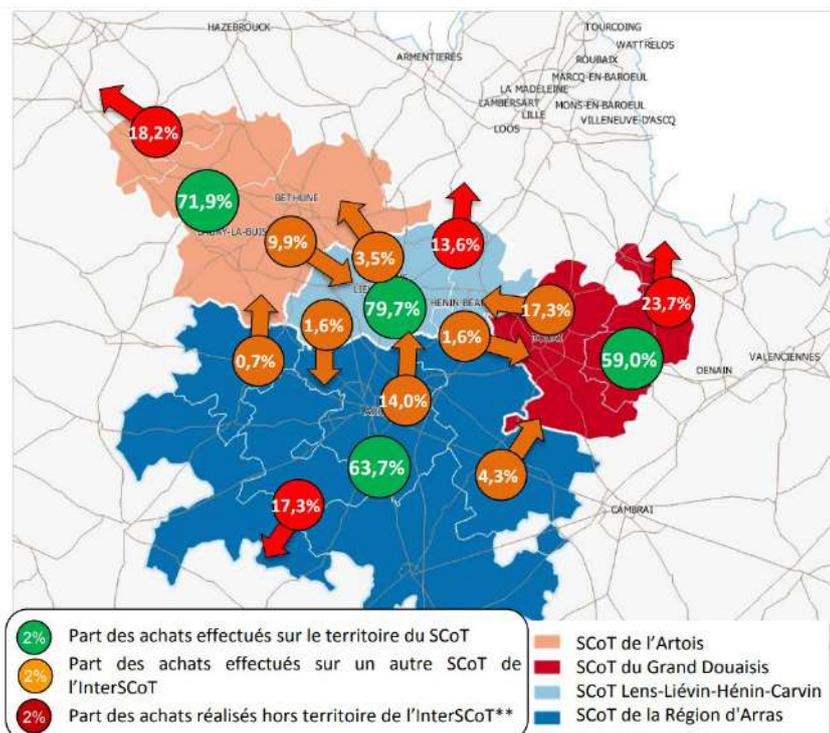


SCoT

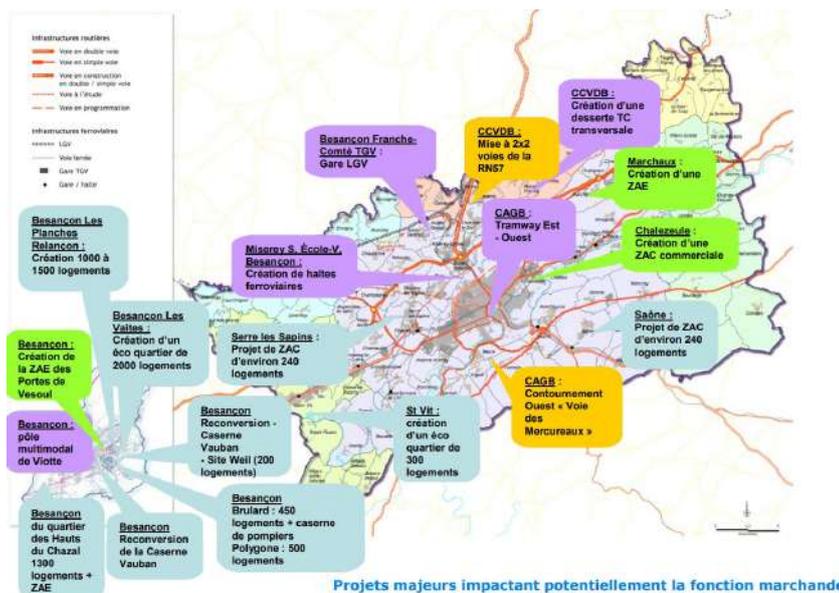


Bureau d'études

ETUDES DE CAS



Inter-SCoT Terre du Nord - Source : Inter-SCoT Terre du Nord Enquête ménages-commerces / Cibles et Stratégies – mai 2017



SCoT du Grand Besançon - Source : Travaux de l'AURM sur le DAC du SCoT du Grand Besançon – juin 2009

Le Syndicat d'Étude, de Programmation et d'Aménagement de la Région Troyenne a commandité au bureau d'études AID une enquête qui a permis d'explorer la mesure de la vacance commerciale. Cette étude qualifie et quantifie les friches commerciales grâce à un travail de repérage qui a permis de porter à la connaissance du public et des élus l'ampleur de l'expansion et de la vacance commerciale. Ce constat a permis de fixer dans les objectifs du DAC la définition et la délimitation des friches commerciales dans les ZACOM afin de réguler l'important potentiel foncier du territoire. Cette observation permet de faire émerger les questions-clés du futur SCoT en matière commerciale.

Un état des lieux des projets à venir

SCoT du Grand Besançon



Acteurs privés



SCoT



Agence d'urba

L'élaboration du DAC du SCoT du Grand Besançon a été l'occasion d'entreprendre un travail prospectif. L'agence d'urbanisme a réalisé pour le SCoT une « prospective clientèle », fondée sur l'évolution prévisionnelle des marchés de consommation et une « prospective de l'offre », fondée sur la caractérisation de tous les projets en cours et « dans les cartons » susceptibles d'avoir un impact sur la fonction marchande du territoire et son organisation. Le premier travail de cartographie concernait les projets, à proprement parler « commerciaux » - création, extension, ...-, le second recollait les autres projets urbains ayant un impact sur le commerce -projets de ZAC, extension de lignes de transports, création de logements, de ZAE, ...

Propositions pour aller plus loin demain



Diffuser et mieux faire connaître les leviers liés aux CDAC

Certaines dispositions sont relativement méconnues des SCoT. L'article L752-4 du code du commerce qui permet aux SCoT de soumettre en CDAC des dossiers portant sur des projets en dessous du seuil de 1000m² dans les communes de moins de 20 000 habitants est par exemple très faiblement utilisé. Ce faible recours s'explique par la méconnaissance de cette possibilité réglementaire et par les difficultés de mise en œuvre d'un tel article, liées aux délais d'instruction très contraints.



Débattre en amont des CDAC

Le temps laissé à l'instruction des dossiers par les élus des SCoT est jugé trop court par la plupart des acteurs rencontrés. Les délais de transmission du dossier au SCoT avant la CDAC varient fortement d'un territoire à l'autre, en fonction, notamment des liens tissés avec les services de l'État local. Ils vont d'un mois (pour les plus chanceux) à moins de deux semaines (pour tous les autres). Une meilleure organisation pour des délais d'instruction suffisants au SCoT est à mettre en place pour favoriser des débats nourris et informés.



Alerter, interpeller ou encore informer

L'évaluation nationale des SCoT, menée il y a deux ans, rapportait le constat d'un échec des SCoT à « rencontrer la citoyenneté des grands territoires ». Elle faisait l'hypothèse que la forte dimension technique du document SCoT et son volontaire effacement politique de cadre de gouvernance préférerait la discrétion à toute autre posture. Elle concluait sur le défi majeur d'innover quant à l'exercice de la citoyenneté à l'échelle des grands territoires, **en allant chercher les citoyens sur les enjeux proches de leur quotidien**. Sur le commerce, les citoyens pourront être impliqués à travers des expositions, conférences, concours d'idées, débats citoyens, spectacles de rue, etc., bref, tout ce qui permet de penser le devenir du territoire pour voir loin. Le débat sur le commerce doit être largement ouvert, selon des processus à inventer différemment selon les territoires.



Créer des « Commissions locales du débat public »

Pour faciliter les débats sur les grands projets d'aménagement, une autorité administrative indépendante est chargée d'animer les échanges depuis 1995 : la commission nationale du débat public (CNBP). Elle n'est saisie que pour les projets d'aménagement ou d'équipement d'intérêt national qui

présentent des impacts significatifs sur l'environnement et dont les enjeux socio-économiques sont importants. A l'échelon local, ne pourrait-on pas imaginer d'instituer une « commission locale du débat public » pour nourrir le débat préalable à l'implantation de très grands projets commerciaux ? Pour les projets de plus de 10 000 m², on pourrait rendre possible la saisine de cette commission et la rendre obligatoire pour les projets de plus de 30 000 m². A travers cette instance, l'objectif est de susciter un débat riche et ouvert.



Pouvoir s'appuyer sur des données fiables.

Certains SCoT sont dotés ou pourront se doter ou participer à l'animation d'un observatoire sur les dynamiques commerciales. Pour d'autres SCoT, moins outillés, un travail est à mener, avec différentes institutions nationales, notamment l'INSEE et les Ministères en charge de la Cohésion des Territoires, de l'Économie et des Finances, pour garantir un accès harmonisé et simplifié à des données essentielles pour construire le débat local. A titre d'exemple, la vacance commerciale n'est actuellement appréhendée que par des données fragmentaires, hétérogènes et inégalement fiables, il en est de même pour les m² réellement réalisés ou encore le nombre de projets de moins de 300 m². Une mise à disposition de données par la Direction Générale des Entreprises et la Direction Générale des Finances Publiques peut faciliter sa mesure et l'identification des signes avant-coureurs de vacance.



Les SCoT, pivot d'un dialogue public/privé à toutes les échelles

Plusieurs scènes de dialogue labellisées « SCoT » peuvent ainsi être aménagées à différentes échelles territoriales.

Au niveau national, ce débat peut renforcer les liens entre la fédération nationale des SCoT et les organisations professionnelles du commerce (Alliance du commerce, Fédération du commerce spécialisé, Conseil du commerce de France, Fédération du commerce et de la distribution, Fédération du commerce associé, Fédération nationale de l'habillement, Fédération française de la franchise, Confédération générale de l'alimentation de détail...) et de l'immobilier commercial (Conseil national des centres commerciaux, Fédération nationale de l'immobilier, Fédération des sociétés immobilières et foncières, etc.). L'enjeu consiste ici à minima à parvenir à la constitution d'une culture commune sur les questions de développement et de planification du commerce.

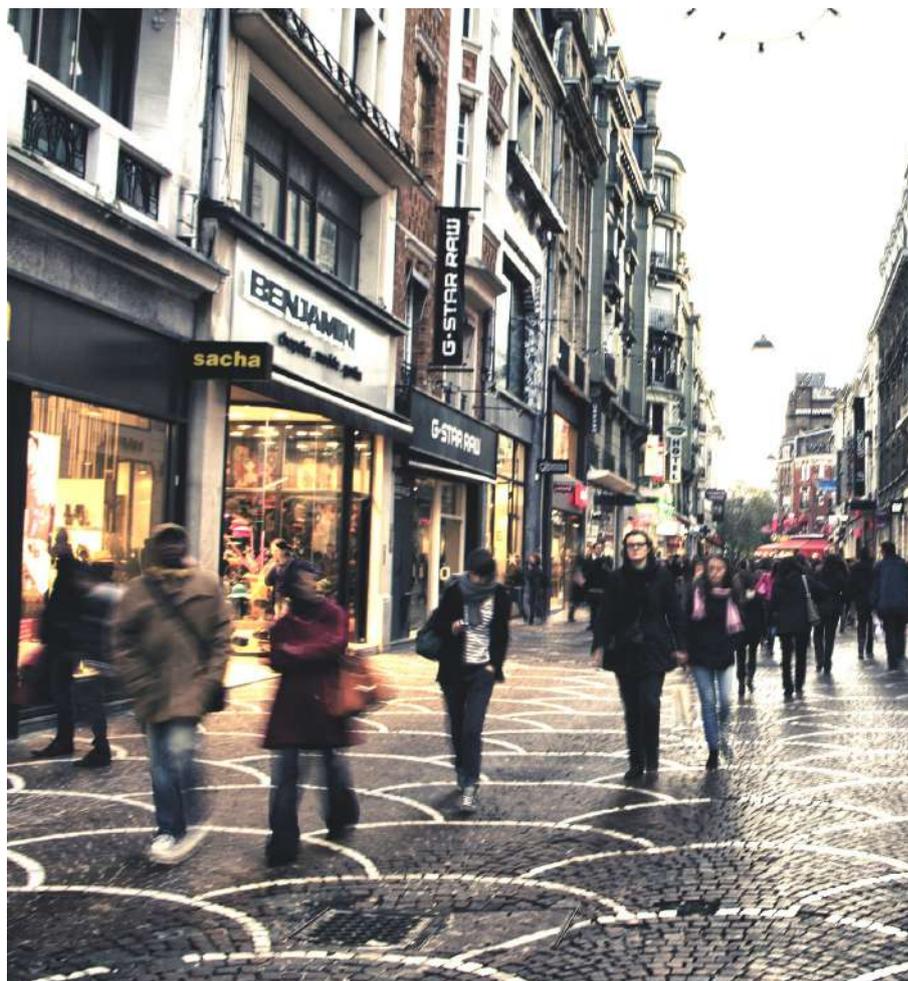
Au niveau régional, ce débat peut s'appuyer sur des plateformes de dialogue de type « InterSCoT » ouvertes aux acteurs de la planification territoriale (Région, Etat, Départements, chambres régionales de commerce et d'industrie...), voire aux grands opérateurs commerciaux¹. L'enjeu consiste cette fois au plan stratégique à débattre de l'articulation entre volet commercial des SCoT et documents de planification de rang supérieur (notamment les Schémas régionaux d'Aménagement, de Développement Durable et d'Égalité des territoires,

SRADDET) et, au plan plus opérationnel, de débattre de l'opportunité de projets d'implantation majeurs (grand centre commercial, centre de marques, très grande surface spécialisée, plateforme de commerce électronique ...) susceptibles de modifier les équilibres commerciaux locaux.

Au niveau local, il est possible de systématiser et de pérenniser les rencontres de type « états généraux du commerce ». L'enjeu consiste ici à faire émerger une politique locale de commerce réfléchi dans son articulation aux autres politiques sectorielles (habitat, mobilités, services etc.).

■ ¹ Le dialogue entre les SCoT et les centres de décision des chaînes de commerce, est par nature très centralisés et peu présents dans les territoires. Ce constat est toutefois moins vrai à l'échelle régionale, où de nombreuses chaînes, en particulier celles développant des formats de grandes surfaces, sont présentes à travers leurs centrales. Elles peuvent constituer des interlocuteurs sur tout sujet concernant une évolution de leur environnement concurrentiel. Les coordonnées de ces centrales figurent notamment dans le répertoire Panorama Trade Dimension publié par Nielsen.

La FédéSCoT travaillera avec les Fédérations de Commerce pour identifier les interlocuteurs mobilisables pour échanger, enrichir l'élaboration des SCoT et de leur mise en œuvre.



Ce que font les SCoT aujourd'hui



Un véritable effort de mobilisation sur la production d'un volet dédié

93% des SCoT ayant répondu au questionnaire de la FédéSCoT ont un volet commercial dédié (DAC optionnel, DAC Grenelle, DAAC ou SCoT ALUR), alors même que la législation ne l'a pas toujours rendu obligatoire. Cela témoigne d'une véritable prise de conscience des enjeux et de la volonté de produire une vision partagée. Cet élan doit toutefois être nuancé : sur tous les terrains investigués, les acteurs de SCoT ont souligné avoir manqué de temps pour pouvoir dresser une vision « à la hauteur des enjeux ». La plupart du temps, les volets commerciaux ont été initiés à la fin du processus d'élaboration du SCoT et rédigés « à marche forcée ».

Dans la construction de la vision stratégique par les SCoT, deux modèles ressortent :

- **Un modèle « d'offre »**, consistant à qualifier chaque pôle marchand du territoire en fonction de différents critères : sa localisation (centre, péri-centre, périphérie, péri-urbain) ; sa taille ou son « poids » économique (surface de vente, nombre de points de vente, plus rarement chiffres

d'affaires) ; sa vocation commerciale (offre banale, offre thématique...) ; sa zone de chalandise (quartier, communal, intercommunal, régional...).

- **Un modèle « de demande »**, consistant à qualifier chaque pôle marchand du territoire à partir d'une analyse des comportements de consommation du public qui le fréquente : flux (volume, fréquence, motivation d'achat) ; dépenses de consommation associées à ces flux.

Une capacité à poser les questions à la bonne échelle

L'échelle des SCoT est jugée pertinente par de nombreux acteurs, tant publics que privés, pour traiter du commerce, car elle est souvent **proche de celles des « bassins de consommation »** ou des « zones de chalandise » commerciales.

Le SCoT est aussi l'un des outils majeurs de **l'interterritorialité**, sur le commerce comme sur bien d'autres enjeux. Il permet de faire dialoguer des territoires voisins et d'initier un cadre de dialogue propice pour aborder les concurrences territoriales en matière d'attractivité commerciale.

Le chronoaménagement appliqué au commerce

SCoT de la Région Urbaine de Grenoble



CERTU

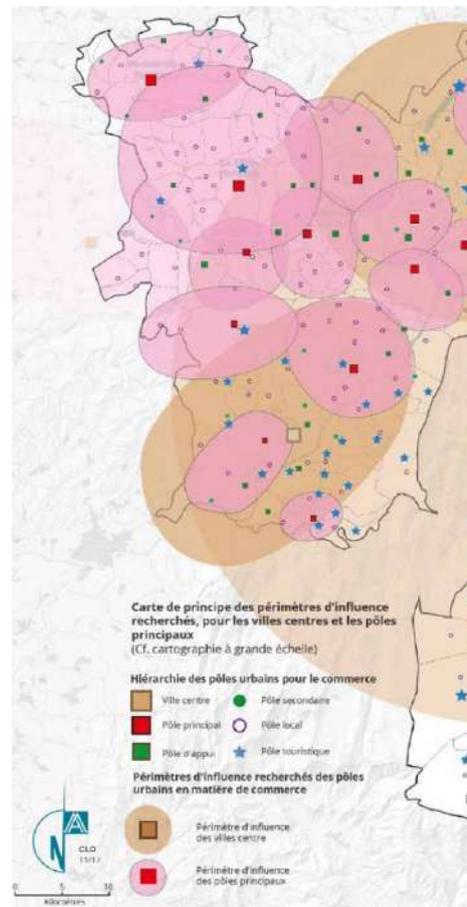


SCoT



Agence d'urbanisme

SCoT de la Région Urbaine de Grenoble

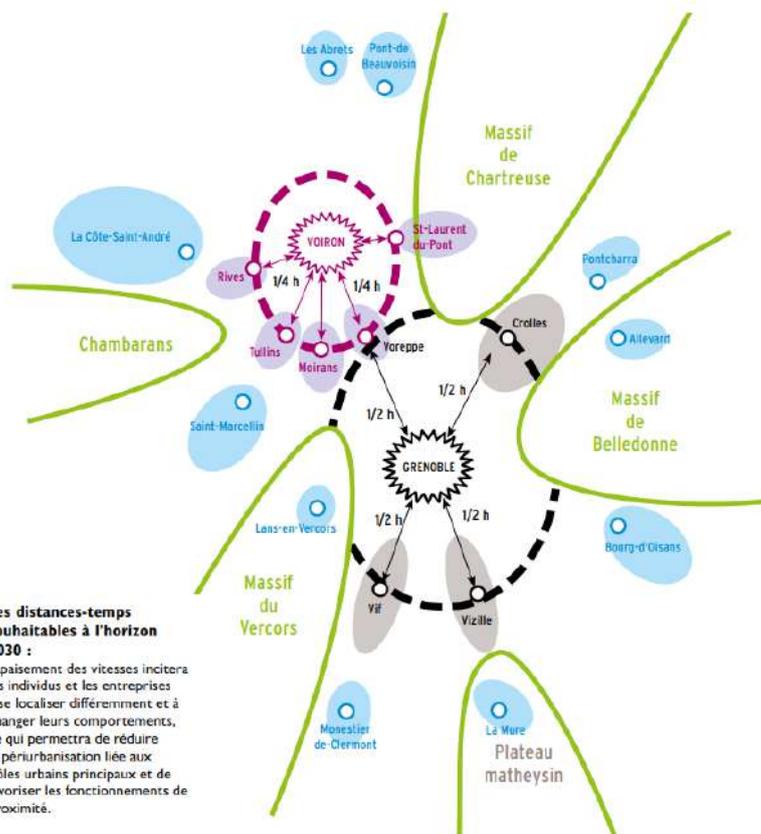
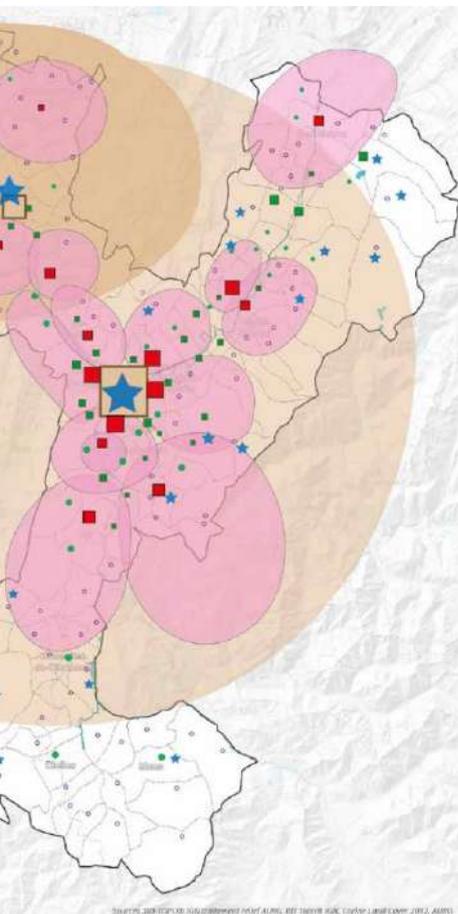


ETUDE DE CAS

Ralentir les flux de manière à favoriser un fonctionnement de proximité, reterritorialiser les logiques de consommation et limiter l'étalement, limiter les concurrences inter-territoriales sur le plan commercial... Ce sont les trois objectifs que vise le SCoT de la RUG, s'appuyant sur le principe de chronoaménagement, mis en place depuis les années 2000, fil rouge du SCoT, des travaux du CERTU et de l'Agence d'urbanisme. Si la notion de chronoaménagement n'apparaît qu'en filigrane dans le DAC, le document porte une ap-

proche innovante car il ne pense plus l'influence des pôles commerciaux selon une taille métrique et un stock de surfaces, mais selon les temps de déplacements nécessaires pour y accéder. Le DAC s'appuie alors sur des cartes mentales, représentant les usages et pratiques des consommateurs afin de réguler les flux. Pour favoriser un fonctionnement de proximité, le DAC propose de baisser les vitesses routières sur les autoroutes urbaines, cherche à fiabiliser les temps de parcours, et mise sur une modification du comportement

des usagers. Pour cela, le SCoT propose une hiérarchie des distances-temps : l'accessibilité est corrélée au degré de nécessité du service commercial (services du quotidien ou exceptionnel). Cette réflexion sur les flux a un impact sur les notions traditionnellement utilisées en matière d'urbanisme commercial. Par exemple, le commerce de proximité est alors défini en partant de la fréquence d'achat, et non pas de la nature des biens achetés ou du nombre de m².



Propositions pour aller plus loin demain

Malgré l'importante mobilisation politique et technique autour de la production d'une vision stratégique, les SCoT rencontrent des difficultés certaines liées à la persistance de **concurrences territoriales** importantes et à la focalisation sur **trois controverses qui structurent très fortement le débat**.



Aller au-delà des controverses actuelles

Les débats locaux sur l'aménagement commercial tournent autour de trois controverses, pourtant en partie dépassées aujourd'hui.

La première controverse oppose « petits » et « gros » acteurs du commerce, en termes de m². Cette volonté de sauvegarde des petits acteurs du commerce, déjà affirmée dans les années 1950, a été réactivée depuis les années 1970, comme une réponse – alors tardive – aux mouvements sociaux liés à la disparition de ce petit commerce. Mais qui sont aujourd'hui ces « petits » commerçants menacés ? Les petites surfaces, parfois intégrées dans la stratégie de multinationales ? Les « indépendants », parfois dépositaires pour des circuits de distribution mondialisés ? Les acteurs sont de plus en plus hybrides et protéiformes.

La deuxième opposition confronte « aménagisme » contre « libéra-

lisme ». Cette opposition a été longtemps structurante des débats, avec une opposition que nous pouvons caricaturer entre les défenseurs de la « bonne ville » en faveur de la régulation et les défenseurs « du pouvoir d'achat » en faveur de la dérégulation. Mais que signifie vouloir limiter le développement des m² commerciaux, quand 7 % des biens (en valeur) sont aujourd'hui achetés depuis un téléphone ou un ordinateur ? Avec une hausse de 16 % entre 2015 et 2016, le commerce numérique explose. Le « US Retail Apocalypse » déjà observé aux USA se traduit, en France aussi, par une dégradation des performances des centres commerciaux.

La troisième controverse oppose centre et périphérie. Cette controverse, centrale pour de nombreux SCoT, devient doublement difficile à tenir.

Tout d'abord, de nombreux centres autrefois périphériques sont aujourd'hui insérés dans l'urbanisation au point de les rendre centraux, ou, tout au moins, « des centres secondaires ».

De plus, les lieux de commerce se multiplient, avec de nouveaux lieux de vente en plein air, un développement du commerce périurbain. Le commerce est aujourd'hui organisé en maillage. Que faut-il aujourd'hui considérer comme surfaces commerciales quand de nombreux lieux ne sont plus principalement dédiés à l'achat ? Au-delà des showrooms, beaucoup d'enseignes soulignent des achats en ligne en hausse autour de leurs lieux de vente (notamment via la Click & Collect). Les livraisons à domicile (Vente privée, ...) explosent. Le format de la vente en direct entre agriculteurs et consommateurs (AMAP, La Ruche qui dit oui, ...) est, depuis 10 ans, en plein essor. Il représente dé-

sormais près de 3 % de la distribution alimentaire en France et connaît une croissance à deux chiffres.

Ces trois controverses renvoient-elles à certains enjeux toujours d'actualité ? Oui bien sûr, parce que l'équilibre entre les formes de commerce et les devenirs – interdépendants – des centralités historiques et des nouvelles centralités sont toujours des questions vives. Mais épuisent-elles les sujets d'organisation territoriale du commerce de demain ? Non.

Les SCoT sont un lieu important pour organiser des débats locaux qui **enrichissent les controverses anciennes** (reconfigurées) et s'appuient sur les « controverses » actuelles : entre numérique et physique, entre circuits longs et circuits courts, entre maillage et polarisation forte des lieux de vente.



Imaginer et proposer l'urbanité commerciale de demain

Les SCoT ont bien compris la nature des enjeux commerciaux qui les attendent. Les élus ne sont plus débordés par un phénomène qui les dépasse ! La grande révolution numérique, annoncée depuis le début des années 2000, est désormais cernée dans ces grandes lignes par les acteurs locaux. Il faut politiser localement ces enjeux d'organisation commerciale.

Les élus sont aptes à prendre de la hauteur et à imaginer les enjeux d'urbanisation commerciale au-delà des prés carrés communaux et intercommunaux. Dans les SCoT, de nombreux



élus disposent de marges de manœuvre pour raconter la nouvelle urbanité qu'ils fabriquent à la croisée du métropolitain, du périurbain et du rural.

Les SCoT peuvent, à l'occasion de leur élaboration, proposer **un récit visionnaire** du commerce de demain. Voilà peut-être une façon efficace de donner de la visibilité politique aux questions de société en lien avec l'urbanisme commercial.



Sortir la question commerciale de sa technicité

Les experts qui rédigent les SCoT ont peut-être leur mot à dire à la manière des lanceurs d'alerte : en produisant des chiffres marquants sur les inquiétudes de la mondialisation, en formulant des avis argumentés de vigilance

sur la fracture numérique, en détaillant des stratégies réactives d'anticipation à destination des acteurs locaux du commerce. Construire (en le dramatisant un peu) **un récit expert sur le marché de demain à l'échelle de chaque SCoT**, c'est une façon, sans heurter de front les mécanismes actuels de gouvernance, de politiser la question en localisant explicitement les défis et les écueils des évolutions commerciales à venir. Cette fonction d'interpellation est particulièrement adaptée à la nouvelle échelle large des SCoT.

LES SCOT AFFIRMERONT LEUR RÔLE RÉGULATEUR

Ce que font les SCoT aujourd'hui

La Loi prévoit que tout projet de création ou d'extension de commerce dépassant un certain seuil de surfaces de vente (actuellement 1000m²) doit obtenir une autorisation d'exploitation commerciale, préalable à la délivrance du permis de construire. Le projet doit être compatible avec le SCoT. L'autorité compétente pour examiner les demandes d'autorisation d'exploitation commerciale est la Commission Départementale d'Aménagement Commercial (CDAC).

Deux principes d'intervention

- La soumission à la CDAC, par l'établissement portant le SCoT, pour les communes de moins de 20 000 habitants, de tout projet commercial entre 300 et 1000m².
- l'intégration de prescriptions d'urbanisme commercial dans les documents d'urbanisme, visant à orienter la localisation voire à interdire l'implantation de grandes et moyennes surfaces ou d'ensembles commerciaux.

Contingenter, conditionner, interdire

Dans les SCoT étudiés, on souligne des récurrences sur les conditions d'implantations en matière commerciale. Elles s'articulent autour du dessin d'une armature urbaine, et consistent en général :

- à contingenter le développement de grandes et moyennes surfaces ou de pôles existants (ex. SCoT Montagne Vignoble et Ried ou SCoT du Pôle Métropolitain de Caen Normandie Métropole);

- à conditionner le développement de grandes et moyennes surfaces ou de pôles existants (par exemple : à la création d'une desserte de transport en commun, à un volume contingenté de places de stationnement, à la résorption de la vacance commerciale en coeur de ville – comme dans le SCoT de Lorient) ;
- à interdire la création de nouvelles polarités ex nihilo, ou le passage d'un pôle marchand à un rang supérieur dans la hiérarchie de l'armature commerciale du territoire (ex. SCoT du Pays de Brest) ;
- à consacrer au commerce une part minimale des m² à construire dans les nouvelles opérations mixtes.

La crainte du contentieux

L'un des facteurs explicatif du faible recours à une prescriptivité affirmée, dans beaucoup de SCoT étudiés, est celui d'une **anxiété procédurale**, liée au fait que les aspects commerciaux des documents d'urbanisme sont souvent considérés comme un terreau fertile à de très nombreux recours juridiques. Cette anxiété est pourtant peu liée à des faits avérés, car la part des SCoT ayant réelement subi un ou plusieurs contentieux est relativement faible. Il est probable que des échanges, formels ou informels, avec des acteurs privés, au fil de l'élaboration du SCoT, conduisent à rendre le nombre de recours juridiques faible. Parmi les SCoT ayant participé au questionnaire de la FédéSCoT, **seul 8% ont subi un recours au contentieux lié** directement ou indirectement (via des arguments de procédure par exemple) **à la partie commerciale**. La grande majorité de ces recours ont été rejetés ou classés sans suite.

La compensation foncière

SCoT du Pays de Lorient



Afin de lutter contre l'évasion des commerces en périphérie, le syndicat mixte du SCoT du Pays de Lorient a acté la restriction de l'implantation commerciale ainsi que le soutien à la mutation des sites existants. Le DAC est le fruit d'une charte commerciale élaborée en 2014. La limitation des nouvelles zones commerciales se traduit dans le DAC par l'interdiction de créer de nouveaux m², à moins que ne soient supprimés d'autres m² ailleurs sur le territoire concerné.

Pour cela, la charte commerciale a identifié des ZACOM de type 1 (échelle du SCoT) et de type 2 (échelle communale). Ces ZACOM permettent d'héberger les surfaces de vente de plus de 300 m², tandis que les commerces de moins de 300 m² doivent être localisés de manière préférentielle dans les centralités définies dans le DAC, et ce d'ici 2020. Cela permet d'éviter de concurrencer le commerce des centralités par des implantations de petites cellules en périphérie. Les nouveaux commerces alimentaires ne pourront pas s'implanter dans les ZACOM de type 1 (services diversifiés supérieurs à 20 familles de produits) et de type 2 (zones commerciales locales).

Ce système de « **vases communicants** » nécessite une prise de position forte des collectivités locales et des mécanismes de concertation pour expliciter et justifier l'existence d'une telle règle. C'est

ETUDES DE CAS

pourquoi le Syndicat promeut une démarche partenariale approfondie : depuis l'organisation de commissions transversales entre 2002 et 2006, en passant par une phase de concertation de deux ans et demi avec les habitants reposant sur des outils innovants tels que les « randoSCoT », jusqu'à des réunions de présentation devant chacun des conseils municipaux des 24 communes, et l'organisation des « ateliers du SCoT » associant élus, techniciens, bureaux d'étude, instructeurs de permis de construire, services de l'Etat, etc. afin d'étudier la mise en œuvre des politiques publiques. Le portage et le suivi de la mise en œuvre de cette règle sont assurés grâce à un travail conjoint avec l'agence d'urbanisme (AUDELOR).

La prescriptivité affirmé

SCoT du Pays de Brest



Acteurs privés

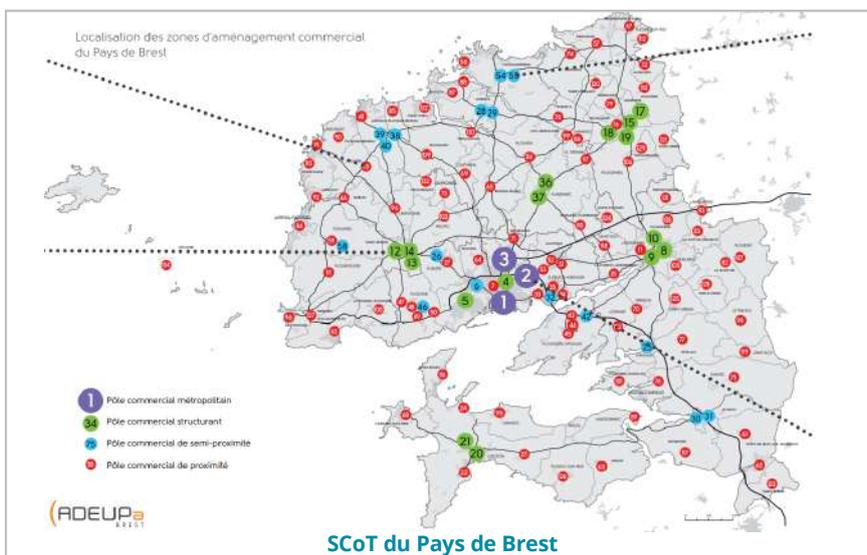


SCoT



Élus

Approuvé en 2009, le DAC du pays de Brest est volontariste et se traduit par des règles prescriptives très précises, s'affirmant comme cadre juridique de référence pour les autorisations commerciales. Le document encadre la localisation des implantations commerciales : il définit des centralités et pôles hiérarchisés, il fixe sur chaque pôle des seuils de surface de vente maximale par type de commerce, il interdit l'installation de commerce hors zones d'activité à vocation commerciale en périphérie, il interdit les commerces isolés en dehors des pôles urbanisés, et proscriit toute nouvelle implantation de surface de vente inférieure à 300 m² dans les zones commerciales périphé-



riques. Le DAC fixe, pour chaque type de polarité, un niveau d'offre exprimé en format de magasin (surface de vente maximale) selon le type de commerce (grande surface alimentaire, grande surface spécialisée, bricolage, jardinage, meuble...). Au final, ce DAC s'affirme comme l'un des plus prescriptifs dans le paysage des SCoT en France, et pourtant, cela ne se traduit pas par des recours contentieux. Instaurer un DAC prescriptif nécessite **une gouvernance solide**, en appui sur un portage politique fort et sur une animation partenariale importante.

Obliger les recours à la CDAC pour les projets de plus de 300 m²

Le SCoT de Métropole Savoie



Élus



Techniciens

Le DAC du SCoT de Métropole Savoie fixe l'impossibilité de créer de nou-

veaux pôles commerciaux et définit des seuils minimums selon une typologie de centralités afin d'insérer les commerces nouveaux dans les petites à moyennes centralités. Six types de ZACoM sont définies, à partir desquelles des règles précises d'implantation commerciale sont déterminées. Les commerces entre 300 et 1000 m² sont autorisés à s'implanter uniquement dans les ZACoM de « pôle structurant » et de « pôle de destination commerciale majeure ». Dans le cas contraire la commune doit informer le SCoT de ce projet, et ce dernier saisira la CDAC. En dessous de 300 m², les commerces doivent impérativement s'installer dans les pôles de centralités inférieures. Tout projet entre 300 et 1000 m² active le passage en CDAC.

La mise en œuvre de cette règle volontairement prescriptive repose sur la structure urbaine du territoire. En effet, seules 2 communes rassemblent plus de 20 000 habitants, or la saisine de la CDAC pour tout projet entre 300 et 1000 m² dans une commune de moins de 20 000 habitants est rendue possible par le code de l'urbanisme.



Propositions pour aller plus loin demain



Des règles foncières mieux explicitées

Beaucoup de SCoT affirment, et il n'y a pas lieu de douter de leur sincérité, vouloir renforcer la fonction commerciale des centres des bourgs et petites villes. Toutefois, ce souhait se traduit, essentiellement, dans de nombreux SCoT, par la limitation (parfois timide) des zones commerciales périphériques. Ainsi, en matière commerciale, les SCoT partent souvent de questionnements simples : « où faut-il interdire ? » et « où peut-on autoriser ? ». Nous proposons plutôt de partir d'un raisonnement par les conditions : Quelles sont les conditions territoriales

pour qu'un centre historique accueille davantage de commerces ? Comment faciliter le renouvellement d'un centre commercial périphérique ?

Ce renversement du mode de raisonnement modifie les modalités du dialogue avec les acteurs commerciaux puisque le débat porte sur les conditions nécessaires pour que leurs activités puissent se déployer, en convergence avec les options stratégiques poursuivies par les élus.



Investir la régulation du commerce numérique

Le commerce électronique transforme fortement les villes, notamment à travers les espaces de livraison. A Bor-

deaux, en 25 ans, le nombre de colis reçus par les habitants a augmenté de 50 % ! A Lyon, on évalue à 20 livraisons par an et par habitant les achats par correspondance en 2015. Qu'en sera-t-il en 2030 ? On pressent bien sûr un fort développement. Les débats sont multiples concernant l'organisation de la logistique urbaine. Faut-il limiter l'accès aux véhicules les plus polluants aux zones les plus densément peuplées ? Quels sont les horaires admissibles pour les activités de livraison ? Faut-il utiliser les espaces publics pour des « consignes » ? Ces débats dépassent le « périmètre » actuel d'action du SCoT. Toutefois, ils ne peuvent lui être étrangers.

Le développement du e-commerce aura des incidences de plus en plus fortes sur les besoins logistiques : plateformes, organisation de la desserte du dernier kilomètre. Ainsi elle aura un impact en matière d'aménagement du territoire qui devra être intégré dans les réflexions lors de l'élaboration du SCoT.



ADAPTER LES SCOT AU COMMERCE DE DEMAIN : UNE ACTION PUBLIQUE LOCALE RENOUVELÉE

Ce que font les SCoT aujourd'hui

Croisement entre les politiques publiques

En tout état de cause, les SCoT constituent l'un des très rares outils de croisement entre les enjeux d'aménagement, de planification et d'expertise sur différentes politiques publiques.

Son horizon englobe bien entendu le foncier, les formes urbaines et l'habitat, la localisation des équipements et des

services, les politiques de mobilité et de transports, la gestion du métabolisme territorial (intrants et extrants), la structuration des centralités et des polarités en appui sur l'armature urbaine, le développement économique, le tourisme, l'agriculture, la biodiversité, l'énergie, le numérique, le paysage, ...

En somme, le projet du SCoT est susceptible d'accueillir à peu près tous les enjeux qui concernent l'aménagement de la transition énergétique et écolo-

gique. Toutes ces politiques publiques **englobent, interagissent, permettent d'agir « de biais » sur le commerce.**

Or, à écouter les acteurs des SCoT rencontrés, il semble que la « planification de la transversalité » pour agir sur le commerce ne soit pas évidente. Comment inclure systématiquement les enjeux commerciaux lorsqu'on traite de la politique de l'habitat, des projets de mobilité ou encore de la localisation des équipements publics ?

ETUDES DE CAS

La mobilité, pilier complémentaire à la stratégie commerciale

SCoT de l'Agglomération messine



Le SCoTAM envisage la politique de mobilité comme pilier complémentaire à l'attractivité commerciale. En appui sur une étude dédiée, il propose de travailler sur l'accessibilité commerciale afin de conforter la position stratégique du territoire : au Nord (Luxembourg), à l'Ouest (région parisienne), à l'Est (Alsace et Allemagne) et au Sud (Dijon et Lyon).

Dans le cadre des Conférences du SCoTAM, le SCoT a engagé une discussion avec notamment l'EPFL, la Région Grand Est et l'AGURAM sur les mobilités pour traiter de la variété des enjeux à venir (LGV Est, modernisation de la ligne Epinal-Belfort, nouvelle gare d'interconnexion de Vandières, etc.). Ces éléments viennent nourrir la straté-

gie de positionnement commercial.

A l'intérieur du périmètre du SCoT, un des enjeux prioritaires est celui de la consolidation de l'attractivité de la ville de Metz, et de son centre. Dans le cadre de l'arrivée du nouveau centre commercial hybride appelé Muse se profile une réflexion sur l'accessibilité et la mobilité des clients, en appui sur des dessertes de transports en commun, la gratuité de ces liaisons et le stationnement facilité pour les consommateurs afin de favoriser une logique de report depuis Muse vers le centre-ville. En parallèle, une carte commune des commerces a été réalisée pour révéler la complémentarité des commerces de centre-ville et du centre commercial. Dans la même logique, une convention - sans portée juridique - a été signée entre les porteurs du complexe commercial périphérique Waves et les commerçants du centre-ville.

Des liens entre commerce, déchets, transports, circuits d'approvisionnement

SCoT du Grand Besançon



Le DAC du SCoT du Grand Besançon invite à saisir la question commerciale largement. Il envisage les enjeux d'approvisionnement des commerces et de la gestion des déchets. Il promeut la mise en place de plateformes groupées de livraison pour le centre ville et pour les pôles périphériques, l'élaboration d'une charte du tri pour les activités commerciales et la mise en place d'une tournée de collecte des déchets issus du tri pour les activités commerciales en centre ville et en périphérie. Il favorise les déplacements des salariés du commerce en transports en commun. Il favorise la mutualisation du fonctionnement des parkings-relais et des parcs de stationnement des centres commerciaux. Il vise à raccourcir les circuits de distribution et d'approvisionnement (création de partenariats formalisés entre distributeurs et producteurs pour l'approvisionnement, mise en place de formations de professionnalisation à la commercialisation pour les filières de production, confortement des réseaux de vente en direct, etc.).



Propositions pour aller plus loin demain



Le SCoT, intégrateur des politiques publiques commerciales

Même s'il y a un document spécifique dans la plupart des SCoT, le commerce n'est pas un « volet » détachable des autres politiques territoriales. Si toutes les politiques publiques sont évidemment concernées, trois nous semblent plus particulièrement interpellées par la question commerciale :

- **la question de la localisation des équipements et services publics.** Si le commerce a parfois quitté les centralités historiques, n'est-ce pas aussi le cas de nombreux équipements publics depuis une trentaine d'années ? Hôpitaux, professions de santé et du droit, services publics, etc. ;
- **la « revitalisation » des centralités historiques.** Celle-ci ne pourra bien sûr pas intervenir par la seule limitation des développements commerciaux dans les périphéries. Habitat, équipements publics, qualité des espaces publics, promotion touristique, etc., les solutions doivent être « combinées » et le SCoT est le lieu propice pour tester de la convergence des actions entreprises ;
- **la planification et l'organisation des flux :** la localisation des commerces dépend d'abord des flux, flux de marchandises comme flux de personnes. L'automobile a totalement transformé les aires de chalandise. Le commerce est tout autant un « volet » du SCoT, qu'un « volet

implicite » du plan de déplacements urbains ...

La plus-value des SCoT est, depuis ses débuts, d'ouvrir le jeu **en sortant des segmentations habituelles des politiques publiques.** La question commerciale y invite fortement en posant la question dans les deux sens : **si le volet commercial doit être en phase avec le PADD, le PADD est-il partout convergent et aidant pour le volet commercial ?**

Parce qu'il agrège différentes politiques sectorielles, le SCoT permet aussi de **questionner et de tester la cohérence des actions entreprises par les différents acteurs de la politique locale du commerce :** communes, EPCI, établissements publics fonciers, chambres consulaires ...

Schéma de cohérence territoriale : en matière commerciale, le SCoT est bien l'instance qui permet de travailler cette cohérence, tant entre secteurs (transport, habitat, équipements) qu'entre acteurs (communes, EPCI, Départements, etc.) de l'action publique locale.



Le SCoT, promoteur des circuits courts et des métiers du commerce

Pour favoriser les circuits courts, notamment pour l'alimentation, de nombreux SCoT ont mis en œuvre une stratégie foncière. Tous ne le font pas. De plus, le SCoT ne pourrait-il pas aller plus loin en matière d'identification et de **valorisation des savoir-faire locaux ?** En valorisant des filières artisanales et commerciales particulières comme les boulangers, les char-

cutiers, etc. ? En identifiant des circuits locaux pertinents pour les commerces de proximité ?



Le SCoT, tête chercheuse des solutions au service de l'animation urbaine

Alors que le commerce numérique se développe, les boutiques ne vont pas disparaître. Les commerçants et spécialistes du marketing parlent de l'importance de plus en plus grande de « l'expérience » comme élément recherché par les consommateurs pour choisir telle ou telle boutique. En termes d'urbanisme, cette demande « d'expérience » se traduit **par « qualité » ou « animation » urbaines.** Pour améliorer la commercialité des quartiers, les urbanistes jouent avec des outils « classiques », tels que la qualité des espaces publics, la reconfiguration des espaces de circulation pour favoriser la flânerie et le confort des chalands, etc. De plus en plus, ils jouent également avec des formes **d'urbanisme temporaire** (pop-up stores, animations culturelles et ludiques, etc.). Aujourd'hui, ce sont des champs d'action publique déjà investis par les collectivités locales. Toutefois, les SCoT, lieux de la planification, sont souvent assez éloignés de ces sujets. Il ne s'agit pas de « faire » à la place des autres, mais d'intégrer cet ensemble d'action et d'en débattre à l'échelle du SCoT. En effet, ces dimensions d'urbanisme qualitatif ou temporaire, s'ils ne relèvent pas des règles foncières, doivent pouvoir prendre tout leur sens **dans une stratégie concertées à l'échelle des SCoT**

LE COMMERCE : BANC D'ESSAI D'UN NOUVEAU TYPE DE SCOT ?



La recherche-action sur le commerce montre la diversité des rôles que les SCoT peuvent jouer, au côté des autres acteurs publics, pour réguler le développement commercial :

- **Un SCoT en quête d'animation du débat territorial** local pourra fortement investir cette question commerciale. Les élus et techniciens du SCoT peuvent, par son échelle élargie et sa place particulière dans le système territorial, à la fois **reposer les termes du débat et animer des échanges** qui prennent en compte les mutations récentes du commerce ;
- **un SCoT coordinateur de politiques publiques** sera dans l'ajustement entre les différentes politiques de réhabilitation de l'espace public, les programmes de revitalisation des centres, les démarches de revitalisation des commerces, les politiques liées à la mobilité et à la circulation des marchandises, les politiques d'habitat etc., qui sont menées tant par les communes, EPCI que les départements, les régions ou encore les chambres consulaires ;

- **un SCoT en quête de nouvelles compétences**, investira, pour les questions commerciales, d'abord les champs relatifs au développement local pour favoriser les circuits courts, pour mettre en place une politique de valorisation des métiers de l'artisanat et du commerce, etc. ;
- **un SCoT en quête de percolation juridique** cherchera à renforcer sa capacité prescriptive en matière de développement commercial par un renforcement de sa légitimité d'expertise.

Tous les SCoT ne s'investiront pas de la même manière et avec la même intensité dans ces quatre rôles : tout dépend des enjeux locaux mais aussi des positions déjà prises par l'ensemble des autres acteurs publics. Mais une chose est sûre : **le SCoT ne pourra pas investir pleinement ces rôles sans s'appuyer sur un dialogue nourri avec les acteurs du commerce.** Comment construire une observation des évolutions commerciales sans partage des informations ? Comment mettre en œuvre des stratégies coordonnées d'action publique pour le renouvellement

des centralités commerciales sans s'assurer de leur écho auprès des commerçants ? Enfin, il apparaît évident que le renforcement du rôle régulateur des SCoT ne peut passer que par un dialogue régulier avec les distributeurs et acteurs de l'immobilier commercial pour s'assurer de l'opérationnalité des règles formulées et de leur adaptabilité aux besoins.

Depuis 2000, les SCoT ont contribué au renouvellement de l'action publique locale, en favorisant le dialogue interterritorial, en préfigurant de nombreux regroupements intercommunaux ou encore en installant durablement dans le débat de nombreuses thématiques comme l'étalement urbain ou encore la mixité. La question du commerce n'ouvre-t-elle pas un « âge 2 des SCoT », promoteurs d'une nouvelle forme de dialogue local et national avec les acteurs privés au service de stratégies territoriales plus affirmées ?

Ce numéro s'inscrit dans la recherche-action engagée par la Fédération des SCoT. **Les propos tenus dans ce rapport n'engagent que leurs auteurs, Pascal MADRY, de l'Institut Ville et Commerce, Manon LOISEL et Xavier DESJARDINS pour la coopérative conseil ACADIE.**



Amiens, les 13, 14 et 15 juin 2018



SCOT & COMMERCE

Quel contrat de confiance ?

13^e Rencontres Nationales des SCoT